



Online Marketing Strategie Beispiel

Liebe Blogleser,

wir möchten Ihnen heute ganz konkret das Online Marketing Strategie Beispiel zeigen, nach dem wir unseren Online Vertrieb und unser Online Marketing bei uns und unseren Kunden strategisch aufbauen und umsetzen.

Das Internet bietet Ihnen als Unternehmer heute unendlich viele Möglichkeiten, um auf

Ihr Unternehmen aufmerksam zu machen und neue Kunden zu gewinnen. Ja, die Möglichkeiten sind riesig und dabei kann man sich leicht verzettelt, so dass die eigenen Bemühungen nicht richtig fruchten und unendlich viel Zeit auffressen.

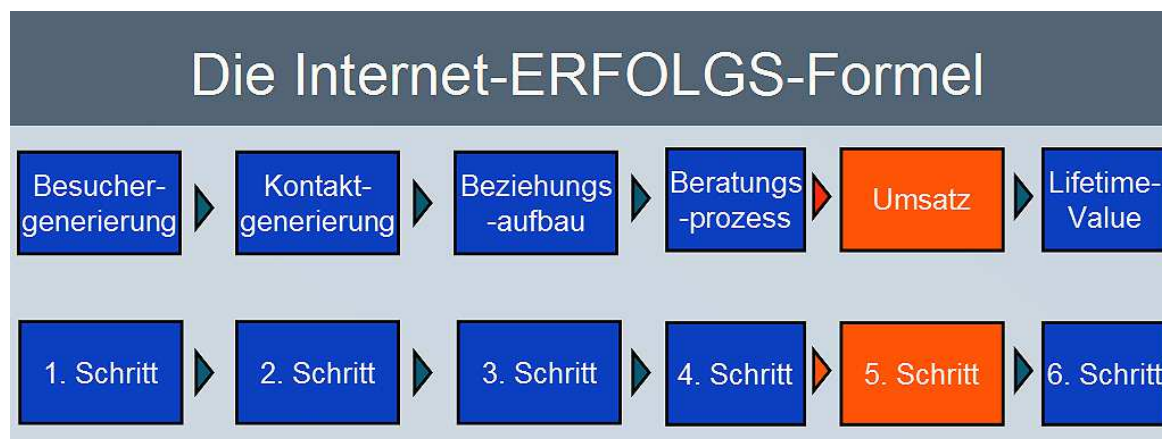
Daher ist es uns als Beraterteam immer besonders wichtig, eine konkrete Online Marketing Strategie gemeinsam mit jedem Freiberufler und Unternehmen zu entwickeln, damit die Aktivitäten im Internet auch Sinn machen und die gewünschten Ziele erreichen.

Gemeinsam mit Dr. Tomas Consulting haben wir dafür eine klare Formel entwickelt, nach der sich das Internet für das eigene Marketing für Freiberufler, Selbständige, kleine und mittelständische Unternehmen am besten Nutzen lässt.

Diese Formel möchten wir Ihnen hier nun kurz als Online Marketing Strategie Beispiel erläutern:

Online Marketing Strategie Beispiel in 6 Schritten

Unser Online Marketing Strategie Beispiel setzt sich aus 6 klaren Erfolgsschritten zusammen:



1. Schritt: Besuchergenerierung

Wenn wir nun davon ausgehen, dass Sie als Unternehmen eine Internetseite im World Wide Web besitzen, dann ist dieser Schritt zunächst der wichtigste: Im ersten Schritt steht und fällt alles mit den Webseiten-Besuchern. Ohne Besucher bringt Ihnen die schickste Webseite nichts.

Also stellt sich zuerst in unseren Unternehmensberatungen immer die Frage: Wie bekommen wir für unseren Kunden mehr Besucher auf die Seite.

Dabei gibt es verschiedene Möglichkeiten, die man strategisch aufbauen und nutzen kann – zum Beispiel:



- Google – die Webseite mehr optimieren, dass sie besser bei Google gefunden wird und somit mehr Besucher auf der Seite landen.
- Social Media – auch Xing, Facebook & Co. sind als Besucherquellen nicht zu unterschätzen
- Google Adwords – mit Anzeigen bei Google in den Suchergebnissen lassen sich ebenfalls Webseiten-Interessenten akquirieren
- YouTube – ist als Suchmaschine mit Firmenvideos zunehmend interessanter
- ...

2. Schritt: Kontaktgenerierung

Gehen wir nun davon aus, dass Sie deutlich mehr Besucher für Ihre Internetseite gewinnen, dann ist nun der zweite Schritt extrem wichtig.

Was passiert nun mit den Besuchern, wenn Sie auf Ihrer Internetseite landen? Wussten Sie, dass die durchschnittliche Besuchsdauer der meisten Webseiten wenige Sekunde lang ist, nur selten mehr als eine Minute? Das ist nicht viel!

Umso wichtiger ist es, den Besucher nicht gleich wieder zu verlieren. Dabei sind zwei Bausteine unserer Meinung nach besonders interessant:

- Ersten: Was hält Ihre Besucher auf Ihrer Seite? Zum Beispiel ein Video auf Ihrer Startseite, ein strukturierter Aufbau, wertvolle Tipps oder ähnliches.
- Zweites: Damit der Besucher nach dem Stöbern auf Ihrer Seite Ihnen nicht wieder verloren geht – was können Sie tun, um seine wertvolle eMail Adresse zu gewinnen? Dazu gibt es unterschiedliche Strategien und Wege, die wir gemeinsam mit den Unternehmen erarbeiten und umsetzen.

3. Schritt: Beziehungsaufbau

Nun geht es um die Beziehung zum Kunden. Wenn Sie seinen Kontakt – also seine E-Mail-Adresse haben, können Sie auch eine Beziehung zu ihm aufbauen. Zum Beispiel durch eine gelungene E-Mail-Strategie – zum Beispiel in Form eines regelmäßigen Newsletters. Auch das ist heutzutage mit einfachen Tools und Techniken kein Zauberwerk und für jeden Einzelunternehmen schnell einsetzbar.

Unsere Stammkunden kennen mittlerweile unseren Spruch „Vertrauen ist die Währung im Internet“. Es klingt plakativ, aber überlegen Sie einmal selbst:

Wie schnell und spontan sind Sie bereit 20, 100, 1.000 oder 10.000 € im Internet einem Unternehmen für ein für Sie interessante Produkt oder eine vielversprechende Dienstleistungen zu zahlen?? Vielleicht gehören Sie zu der besonderen Gruppe, die da schnell mal die Kreditkarten-Angaben bereitstellt. Die meisten brauchen schon etwas „Warm-up“, etwas „Kennen-lernen“ und „vom-Produkt-und-der-Expertise-der-Unternehmens-überzeugen“ bevor sie wirklich etwas kaufen oder buchen, anrufen oder...

4. Schritt: Beratungsprozess

Und nun kann's endlich losgehen: Erst jetzt, aber dafür richtig! Nun kommen Sie mit Ihren Interessenten ins Gespräch – per Telefon, Mail oder persönlich vor Ort, nun können Sie Termine machen, Angebote erstellen... und schließlich auch Ihre Produkte verkaufen oder Ihre Dienstleistungen in die Tat umsetzen.

Ja, wir wissen, es würde deutlich attraktiver klingen, wenn dies gleich der erste Schritt wäre. ☺ Aber dann würden wir etwas versprechen, was wir und sonst auch keiner halten kann. Denn das Internet und erst recht die Sozialen Medien funktionieren nun mal nicht so. Aber glauben Sie uns...

5. Schritt: Umsatz

....die Mühe lohnt sich! ☺



6. Schritt: Lifetime-Value

Und wenn unsere Kunden mit der Entwicklung mit zum 5. Schritt zufrieden sind, dann geht es an das Fine-Tuning und den 6. Schritt: Schön ist es für jeden Unternehmer, wenn er nicht ständig neue Kunden gewinnen muss, sondern wenn auch die bestehenden Kunden wieder kaufen!

Darum geht es dann im 6. Schritt – gemeinsam einen oder mehrere Wege zu entwickeln und umzusetzen, um Kunden an das Unternehmen zu binden, interessante Folgeprodukte und – Dienstleistungen zu entwickeln und mit den einmal zufriedenen Kunden auch darüber hinaus erfolgreich zusammenzuarbeiten.

Das Online Marketing Strategie Beispiel – auch für Ihr Unternehmen?!

Wenn auch Sie Interesse an einer Online Marketing Strategie für Ihr Unternehmen haben, dann rufen Sie uns doch an: **Tel. 0351. 843 58 41**

© Julien Christ / pixelio.de

